

# AMALIY VA FUNDAMENTAL TADQIQOTLAR JURNALI

*Jild: 03 Nashr: 09 (2024)*

[www.mudarrisziyo.uz](http://www.mudarrisziyo.uz)

## Современные Тенденции Массмедиа: Буктьюб-Контент Как Новый Вид Библиографической Продукции

**Гребенюк М. В.**

*Преподаватель кафедры «Библиотечно-информационная деятельность», Государственный институт искусств и культуры Узбекистана, Руководитель службы ИКТ и оцифровки, Информационно-библиотечный центр «Билим» г. Ташкента*

**Расулова Г. Х.**

*Студентка факультета «Библиотечно-информационная деятельность», Государственный институт искусств и культуры Узбекистана, Библиотекарь в управлении по обслуживанию посетителей, Республиканская детская библиотека*

**Аннотация:** В данной статье рассматриваются современные тенденции в развитии массмедиа, с акцентом на буктьюб-контент как новый вид библиографической продукции. В статье обсуждается трансформация традиционных форм библиографической продукции в условиях цифровизации и внедрения интернет-технологий, а также роль библиотек в этом процессе. На примере библиотек Узбекистана анализируется использование буктьюб-контента в библиотечных практиках, его влияние на взаимодействие с читателями и продвижение чтения. Приводятся методы исследования, используемые для изучения буктьюб-контента, и делаются выводы о его значимости в современных условиях.

**Ключевые слова:** библиографическая продукция, библиотеки Узбекистана, блогинг, буктьюб, массмедиа, социальные сети, цифровизация библиотек.

**Введение.** Массмедиа играет ключевую роль в формировании общественного мнения, предоставлении информации и развлечений, а также служит каналом для рекламы и коммуникации между организациями и широкой аудиторией. В то же время, говоря о библиотечном сервисе, перечисленными выше функциями обладает библиографическая продукция, производимая соответствующим подразделением/сотрудником информационно-библиотечного учреждения (ИБУ). Таким образом, можно предположить, что контент, размещаемый библиотеками в своих социальных сетях, является продолжением библиографической работы в современном цифровом обществе.

**Методы:** аналитический метод использован с целью исследования использования буктьюб-контента в библиотечных практиках; качественный метод использован как кейс-стадии, основанные на примерах конкретных библиотек, которые интегрируют буктьюб-контент в свои информационные ресурсы; метод обобщения и систематизации полученных данных о буктьюб-контенте и его роли в библиотечном деле, а также выведение основных тенденций и предложений по интеграции буктьюб-контента в библиографическую продукцию

Библиографическая продукция (БП) — это совокупность различных форм и видов документов, которые содержат библиографическую информацию и служат для обеспечения научных, образовательных, информационных и культурных потребностей общества [1]. Она представляет собой результат систематической деятельности, направленной на сбор, обработку, аналитическое описание, систематизацию и распространение информации о публикациях и других информационных источниках.

Развитие интернет-технологий и переход к виртуальным формам коммуникации все больше влияет на традиционные социальные практики, что приводит к их частичной или полной замене. Это заметно и в области библиографической продукции, где классические формы, такие как печатные библиографические пособия и справочники, становятся менее актуальными.

Современные технологии и цифровые платформы предлагают новые способы доступа к информации и взаимодействия с пользователями, которые меняют представление о том, как следует представлять и распространять библиографические данные. Виртуальные библиотеки, электронные ресурсы и онлайн-базы данных становятся основными источниками информации, а традиционные печатные издания постепенно уступают место цифровым форматам.

Таким образом, привычные формы библиографической продукции (каталоги и библиографические указатели) подвергаются значительным изменениям. На смену им приходят новые форматы, которые предлагают более гибкие, интерактивные и доступные решения. Эти изменения также способствуют возникновению новых видов библиографической продукции, таких как видеоконтент о книгах и литературе, размещаемый на платформах вроде YouTube [2]. Этот формат представляет собой современный подход к распространению библиографической информации и открывает новые горизонты для взаимодействия с аудиторией. Важно понимать, как эти новые формы контента влияют на традиционное представление о библиографических пособиях и каким образом они могут быть интегрированы в современные библиографические практики для удовлетворения потребностей современных пользователей.

Изначально платформы для размещения видеоконтента велись пользователями в качестве личных блогов [3, С. 281]. Со временем, блогинг перерастает в инструмент маркетинга, и, начинает рассматриваться компаниями как средство рекламы своей продукции. Таким образом появляется букблогинг [4, С. 570]. Книжный блог дает возможность не только рассказать о книге, но и обсудить прочитанное с другими читателями, что превращает блог в своеобразный «книжный клуб». Этим новшеством своего времени не могли не воспользоваться ИБУ, хотя изначально букблогинг являлся прерогативой книжных магазинов и издательств [2].

Ведение книжных блогов в социальных сетях (Instagram) и сервисах видеохостинга (YouTube) получили широкое распространение, как среди отдельных пользователей, так и библиотек, и собственные нарицательные «буктьюб» и «букстаграм» [5]. Пользователи Интернет, ведущие соответствующие блоги на платформе «YouTube» зовутся буктьюберами, а их контент – буктьюбы.

На данный момент, канал буктьюбера можно разделить на отдельные разделы (рис. 1):



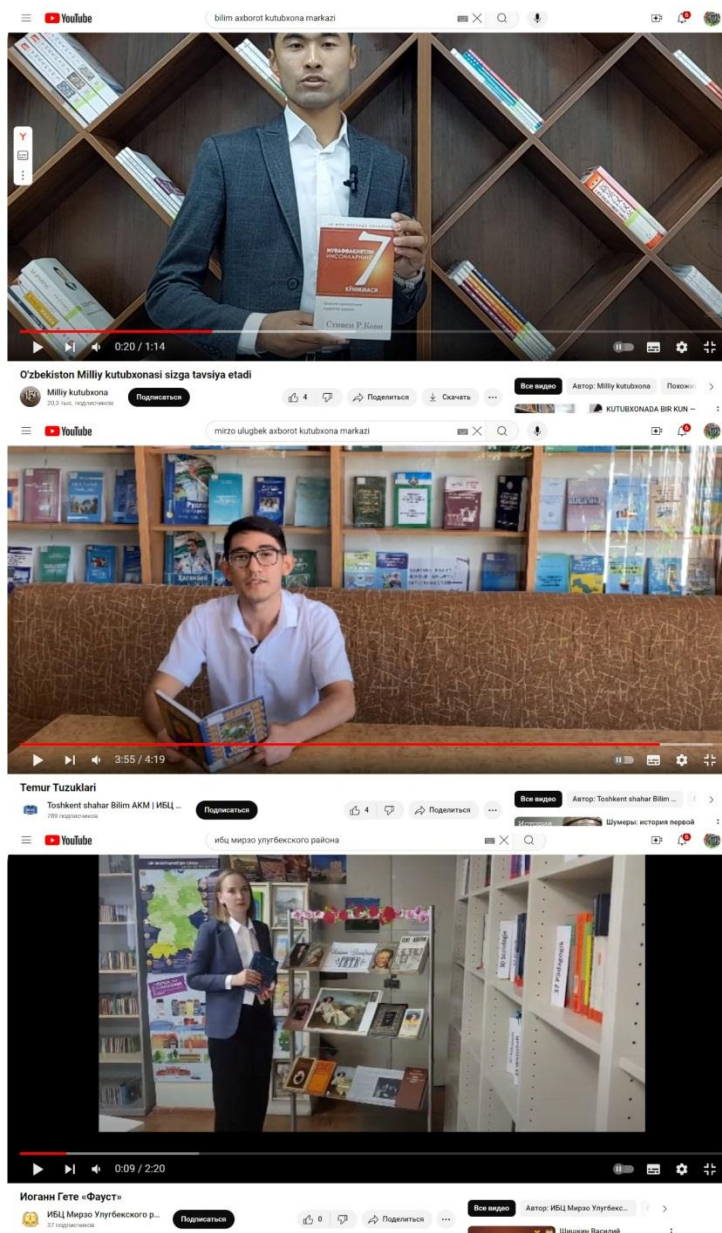
**Рис. 1. Основные разделы канала буктьюбера**

- Книжные покупки — формат, в котором автор канала делится своими недавними приобретениями книг. В таком видео акцент сделан на личность блогера, а не на сами книги. Этот формат является эффективным инструментом для продвижения книг от конкретных издательств.
- Книжные полки включают в себя обзор одной из полок, расположенных за блогером, будь то книжный шкаф или просто полка книг — это часто используется как фон в букблоггах. Интересно, что каждая полка обычно организована по определённой тематике, такой как книги для женщин, фэнтези, литература по уходу за собой и прочее.
- Прочитанное посвящается обсуждению недавно завершённых книг.
- Обзор произведений — раздел, который представляет собой ключевой элемент современного буктьюб-канала. В зависимости от стиля каждого блогера, такие обзоры могут варьироваться от кратких видео длительностью 5-8 минут, где блогер делится общими впечатлениями о книге, до более глубоких и продолжительных разборов продолжительностью 30-50 минут, включающих детальное обсуждение сильных и слабых сторон произведения, аналитический анализ сюжета, персонажей, тематики и стиля.
- Топы. В этом разделе автор канала представляет зрителям списки книг, сгруппированных по определённым тематикам. Это могут быть, например, топ-10 книг года или подборка лучших произведений для создания весеннего настроения и других тем.

На территории Узбекистана, в качестве библиотечных буктьюберов выступают, в основном, сотрудники, имеющие большой стаж и прочитавшие действительно немалое количество произведений. Контент, создаваемый библиотекарем-буктьюбером, в большинстве своем состоит из обзора произведений и ТОПов, которые можно порекомендовать к прочтению. Таким образом, можно провести аналогию между буктьюб-контентом и традиционной библиографической продукцией:

- буктьюб-обзор является цифровой формой привычного читателям библиографического обзора, который они могут посмотреть удаленно в удобное для себя время;
- буктьюб-ТОП – аналог крупных форм БП (библиографический указатель, обзор) и малых форм БП (список, буклет, план чтения, памятка), который имеет важное преимущество – аудиовизуальное сопровождение.

Так, например, в качестве буктьюберов выступают Национальная библиотека Узбекистана им. Алишера Навои и, находящиеся в ее подчинении, областные, городской и районные информационно-библиотечные центры [6, 7, 8] (рис. 2), рассказывая о книжных новинках, продвигая узбекскую и мировую классику, а также делясь своими впечатлениями о прочитанном.



**Рис. 2. Буктьюберы Национальной библиотеки Узбекистана им. А. Навои, ИБЦ «Билим» г. Ташкента и ИБЦ Мирзо Улугбекского района**

В результате проведенного анализа можно сделать вывод, что буктьюб-контент представляет собой важное и перспективное направление в развитии библиографической продукции, особенно в условиях цифровизации и роста популярности социальных медиа. Библиотеки, которые активно используют этот формат, не только привлекают внимание к своим ресурсам, но и способствуют формированию новых форматов взаимодействия с читателями. В условиях динамичного изменения информационного поля и виртуализации традиционных библиотечных функций, буктьюб-контент может стать неотъемлемой частью современной библиографической работы, предлагая новые возможности для популяризации книг и чтения среди широкой аудитории.

Кроме того, практика библиотек Узбекистана, активно интегрирующих буктьюб-контент, демонстрирует успешность данного подхода в локальном контексте. Это открывает перспективы для дальнейшего изучения и использования цифровых форматов в библиографической практике, что может способствовать расширению аудитории и улучшению доступа к информации.

Таким образом, буктьюб-контент можно рассматривать как новый, но уже значимый элемент современной библиографической продукции, который заслуживает внимания как в научной, так и в практической плоскости.

### Список литературы:

1. Трачук, Л.Ф. Классификация электронной библиографической продукции / Л.Ф. Трачук, Г.Н. Швецова-Водка // Научные и технические библиотеки. – 2009. – №. 8. – С. 33-46.
2. Безгина, В. Е. Буктьюб как способ популяризации чтения / В. Е. Безгина, И. В. Костенко, Н. А. Бражникова // Информационные и коммуникативные технологии. Проектная деятельность в образовательном и информационно-коммуникативном процессе: опыт и перспективы : сборник научных статей по материалам III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Симферополь - Гурзуф, 22–25 мая 2019 года. – Симферополь - Гурзуф: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2020. – С. 109-115. – EDN ROIPFP.
3. Филатова, О.Г. Блоги и СМИ, гражданская и традиционная журналистика: соотношение понятий // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. – 2010. – №. 4. – С. 281-287.
4. Меншатова, О. В. Книжный блогинг как способ продвижения книги и чтения / О. В. Меншатова // Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность : Сборник научных статей. Том Часть 2. – Ижевск : Издательский дом "Удмуртский университет", 2020. – С. 568-573. – EDN EKSKUN.
5. Ковпак, В.А. Українські буктьюб та букстаграм: дискурси культури читання української книги та національної безпеки / А.В. Ковпак, О.О. Політова // Вчені записки. – 2021. – Том 32 (71) № 6 Ч. 3. – С. 126-131.
6. O'zbekiston Milliy kutubxonasi sizga tavsiya etadi // YouTube. – URL: [https://www.youtube.com/watch?v=xs1\\_SYazfdE](https://www.youtube.com/watch?v=xs1_SYazfdE).
7. Temur Tuzuklari // YouTube. – URL: [https://www.youtube.com/watch?v=ITb68\\_hNZlQ](https://www.youtube.com/watch?v=ITb68_hNZlQ).
8. Иоганн Гете «Фауст» // YouTube. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DMxmh-oVqVQ>.